



Zestig procent van de Vlaamse jeugd heeft heel weinig tot geen interesse in wielrennen. Een verontrustende vaststelling voor een sport die er niet in slaagt zichzelf te vernieuwen. Wim Lagae, sportmarketeer aan de KU Leuven, ziet de oplossingen in compactere formats en vooral in minder renners: "Een drastische inkrimping van teams zal de spankracht enkel verhogen."

Te saai en te lang. De redenen waarom meer dan zestig procent van de Vlamingen onder vierendertig jaar heel weinig tot geen interesse hebben in het wielrennen laten weinig aan de verbeelding over. "Nee, dit verbaast me niet", zegt Patrick Lefevere, die als CEO van Etixx-Quick Step al meer dan vijfendertig jaar in het peloton zit. "Ik zeg al langer dat we de sport moeten herbekijken om de interesse van de jeugd niet te verliezen. De boot van het wielrennen verliest alsmear vaart en wordt aan alle kanten voorbijgestoken door andere sporten."

Hoe maakt het wielrennen komaf met het bestaande idee van "te lang" en "te saai"? Het is een oefening waar sportmarketeer Wim Lagae (KU Leuven) zich al langer over buigt. Uitgerekend gisteren presenteerde hij samen met econoom Daam Van Reeth een Leuvens Economisch Standpunt met mogelijke oplossingen.

"Dat de jeugd afhaakt, is iets wat ook wij in onze onderzoeken al aanvoelden", aldus Lagae. "Iemand uit het peloton vertelde me net nog dat in een aantal ritten in de voorbije Ruta del Sol niks was gebeurd. Dat kan niet. Als we naar de bioscoop, het voetbal of op restaurant gaan, de sectoren waarmee het wielrennen in competitie is, aanvaarden we ook niet dat er niks gebeurt. Een mogelijke oplossing is voor ons het inkrimpen van teams tot zes renners per wedstrijd. Over de Olympische Spelen hoor je nu al dat het een oncontroleerbare en onvoorstelbare koers wordt "met maar vijf renners" per ploeg. Daar moeten we naartoe: minder gecontroleerde koersen, met het welkome gevolg dat wedstrijden ook veiliger worden met een kleiner peloton."

Nieuwe formats

Lagae suggereert ook een aantal nieuwe formats aangepast aan de jonge, zappende sportconsument. "Kleinere rondes houden nu vast aan de traditionele tijddrit op de slotdag", zegt hij. "Waarom geen aflossingstijddrit tussen ploegmaats? Of een achtereenvolgende tijddrit op basis van de tijdsverschillen in de top tien? In het triatlon heb je formats om alle consumenten te bedienen: 111-triatlons (1 km zwemmen, 100 km fietsen, 10 km lopen) en sprint-triatlons. Het wielrennen kan ook in die richting evolueren. Kortere, gebalde etappes, weliswaar met een soepelere tijdslimiet voor niet-klimmers. We moeten niet te revolutionair willen zijn, maar de koers van nu lijkt te veel op die van dertig jaar geleden."

Een vaststelling die ook Patrick Lefevere deelt: "Vooral op het niveau van televisie-uitzendingen laten we te veel kansen onbenut", zegt hij. "Maar de initiatieven die op dat gebied werden genomen, verzanden in politieke spelletjes."

Meer data

Het wielrennen probeert inderdaad al langer om via bijkomende data en sociale media de uitzendingen jonger en frisser te maken. Velon, een koepel van elf WorldTourteams, zet zwaar in op beelden vanop de fiets. Tour-organisator ASO werkt samen met Dimension Data om de positie van de renners via geo-tracking live in beeld te brengen. En wielerbond UCI heeft al geruime tijd een eigen YouTube-kanaal.

"Maar het gaat om versplinterde initiatieven", zegt marketeer Lagae. "De technologie is er nochtans om tijdens uitzendingen nog meer aan regiomarketing te doen, om nog meer data in beeld te brengen. Waarom al geen beelden van de slothelling tonen in aanloop daarnaartoe? Waarom de finale van de dameskoers niet integreren in de uitzending van mannenrit? In het veldrijden werkt dat als trekker heel goed, maar in de Waalse Pijl blijven we op 120 kilometer van de streep live bij de mannen, zonder beelden van de aankomst van de dames op hetzelfde moment. Integreer al dat soort dingen in de uitzending en je krijgt een dynamischer product dat jonge mensen mogelijk wel aanspreekt."

Jan-Pieter De Vlieger

Copyright © 2015 Corelio. Alle rechten voorbehouden